

En el mercado

Por Carlos Rojas



Lecciones del Colombia Day

Los CEO colombianos fueron a Wall Street a promocionar personalmente sus compañías

Hace unas cuantas semanas fui invitado al primer Colombia Day, que se realizó el 16 de febrero en las instalaciones del New York Stock Exchange (NYSE). Fue toda una experiencia y nos podría servir de pauta para lo que podríamos esperar del Perú Day —que, para cuando usted lea esta columna, ya se habrá realizado el 11 de marzo en el mismo lugar— así como para otras actividades de promoción de la economía peruana y de sus empresas en los mercados globales.

Parte de la iniciativa de celebrar el Perú Day en la bolsa de valores de Nueva York es exponer a las compañías de nuestro país con inversionistas sofisticados, globales y de bolsillos grandes que quieran invertir en acciones peruanas. Así, se ayuda al objetivo de ir concientizando y profundizando nuestro incipiente mercado accionario. Me parece una excelente idea, y hay que aplaudirla siempre y cuando logre atraer a las empresas correctas y a los inversionistas adecuados. Los organizadores del Colombia Day, al parecer, tenían completamente claro cómo conseguir este objetivo.

DÍA DE CLASES

Una primera e importante lección es que se llevó al Colombia Day a los presidentes y/o a los gerentes generales de 18 compañías de dicho país para que expusieran en la conferencia. Los propios “jefazos” se remangaron las camisas y fueron a promocionar sus compañías para atraer capital barato, que, como decía el mes pasado en esta columna, es la nueva moneda que tienen las empresas para financiar su



402 STUDIO

crecimiento. Colombia y sus empresas se están preparando para competir en las ligas mayores.

Un segundo hecho que me llamó mucho la atención (y que no sucede a menudo con las empresas que cotizan en la Bolsa de Valores de Lima) fue el grado de apertura de información de las empresas hacia los inversionistas. La información es pública y se difunde sin reservas. Es un buen ejemplo a seguir.

Una de las presentaciones que se me quedó grabada fue la del presidente de la Bolsa de Valores de Colombia. La tenía clarísima. Su misión es crear un mercado grande y profundo, con mayor acceso a todos los inversionistas y, de esta manera, abaratar el crédito y dar mayores opciones de ahorro. No está buscando maximizar las utilidades de la Bolsa de Colombia, sino que se enfoca en ayudar al mercado a crecer y desarrollarse. La consecuencia es obvia: el mercado crece y las utilidades aumentan. Sus metas son claras y ambiciosas: una de ellas es llegar al promedio regional de volumen negociado sobre PBI, el cual es de 40%, partiendo de un ratio actual de 14%. Me aventuré a sacar el cálculo para la Bolsa de Valores de Lima y la proporción es de 3,5%.

Otro dato que me sorprendió es que nuestra plaza bursátil es la más cara de la región para transar acciones. No solo eso: es también entre cuatro y seis veces más costosa que nuestros pares regionales. Ojalá, entonces, que la fusión de la BVL y la Bolsa de Colombia apunte a metas puntuales, como bajar costos y aumentar volumen. Si no, sería buen momento de empezar a exigirlos.

Carlos Rojas es chief investment officer de Compass Group.